

Metro Ad Creative Award 2025

カンロ「健康のど飴」を題材にした受賞作がギャラリートレインで掲出

～グラフィック部門準グランプリなど2作品が5月16日（土）より東京メトロ銀座線に登場～

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 村田 哲也、以下カンロ）は、「Metro Ad Creative Award 2025（主催：株式会社メトロアドエージェンシー）」にて、ロングセラーブランド「健康のど飴」の価値を伝える広告表現を募集し、うち受賞作2作が、2026年5月16日（土）より東京メトロ銀座線のギャラリートレイン（レトロライナー2編成）の中張りポスターとして掲出されることをお知らせします。

「Metro Ad Creative Award」は、東京メトロの交通広告メディアを最大限に活用し、新たな価値を創造する優れた広告表現を顕彰するアワードです。カンロでは「『健康のど飴』を知らない人が、気になり思わず食べてみたくなる印象的な表現」を募集した結果、グラフィック部門にて「準グランプリ」と「協賛企業賞」の計2作が受賞しました。グランプリをはじめとする受賞作品は、期間限定で東京メトロ車内などに掲出されます。



《「のど」は年中無休！365日いたわる、のど飴のパイオニア「健康のど飴」が協賛》

カンロ「健康のど飴」シリーズは、今年で発売45周年を迎えるのど飴のロングセラーブランドです。和漢ハーブを中心とした31種のいたわり素材（和漢素材）を使用し、原材料にもこだわった「日々の暮らしをちょっと心地よくする“いたわり”のど飴」として、多くの方々にご愛顧いただいています。

カンロは、若年層を中心に飴（ハードキャンディ）の喫食機会が減少傾向にあることに危機感をもち、「健康のど飴」シリーズの魅力を様々な形で発信してきました。今回の「Metro Ad Creative Award 2025」では、10～20代を中心とした普段飴を食べる機会が少ない人々に向けて、「健康のど飴」への興味・関心を喚起するべく協賛を実施。未来を担うクリエイターの発想を通じて、現代のライフスタイルに合った新しいのど飴との関係性を提案したいと考えました。

カンロはこれからも、飴の新たな可能性を広げる取り組みを進めてまいります。

【準グランプリ】 ※敬称略、以下同

「赤になる前に。」

受賞者：福原 弘志（株式会社 FIELD MANAGEMENT EXPAND）

共同制作者：植木 隆斗（株式会社電通デジタル）

共同制作者：櫻井 美旺（株式会社ケー・アンド・エル）



【協賛企業賞】

「いたわりの気持ちに乗せて」

受賞者：武澤 茉鈴（日本工学院専門学校）



【ギャラリートレイン掲出について】

- ・掲出期間：2026年5月16日（土）～5月29日（金）
- ・掲出路線：東京メトロ銀座線 1000系 特別仕様車（2編成）
※運行期間は予定であり、予告なく変更・中止となる場合がございます。
※駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください。
※掲出にあたり受賞作品の内容を一部変更する場合がございます。

■ Metro Ad Creative Award について

株式会社メトロアドエージェンシーが主催する「Metro Ad Creative Award」は、交通メディアを題材として新たな価値を創出する表現やアイデアを、グラフィック部門、プランニング部門、デジタルサイネージ部門の3部門で募集。メディアの特性を捉え、鉄道を利用される多くの方々に効果的にメッセージを届けるアイデアを選出し、表彰するアワードです。
(特設サイト: <https://maca.sendenkaigi.com/>)

■ カンロ「健康のど飴」シリーズとは

菓子業界で初めて「のど飴」を作ったカンロから生まれた、こだわり素材で日々の暮らしをちょっと心地よくする“いたわりのど飴”です。「ホップ」や「柿渋」といった和漢素材 31 種のエキスを使用。安心のロングセラーブランドで、レギュラー商品として、「梅」や「たたかうマヌカハニー」を展開しています。
(ブランドサイト: <https://kanro.jp/pages/kenkounodo>)

発売中の「健康のど飴」シリーズ

商品名 : 健康のど飴 梅
参考価格 : オープン価格 (想定小売価格 税込 268 円前後)
内容量 : 90 g
販売エリア : 全国
特徴 : 31 種のいたわり素材 (和漢素材) をブレンドした梅はちみつのもろやかな味わいとハーブの効能感を楽しめるのど飴



商品名 : 健康のど飴 たたかうマヌカハニー
参考価格 : オープン価格 (想定小売価格 税込 268 円前後)
内容量 : 80 g
販売エリア : 全国
特徴 : 31 種のいたわり素材 (和漢素材) と MGO115+ 品質のマヌカハニーを配合したはちみつのもろやかな味わいとハーブの効能感を楽しめるのど飴



商品名 : 健康のど飴 たたかうマヌカハニーすっきりはちみつミント
参考価格 : オープン価格 (想定小売価格 税込 268 円前後)
内容量 : 80 g
販売エリア : 全国
特徴 : 31 種のいたわり素材 (和漢素材) と MGO115+ 品質のマヌカハニーを配合した「たたかうマヌカハニー」にハーブ (ミント) のスッキリ感を加えたのど飴



<カンロ展開ブランド>



■「カンロ」会社概要

社名 : カンロ株式会社
 代表 : 代表取締役社長 村田 哲也
 所在地 : 東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号
 東京オペラシティビル 37 階
 創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
 事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
 上場市場 : 東証スタンダード市場 (証券コード 2216)
 URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
 KanroPOCKET <https://kanro.jp/>



当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初のだらみとなる「健康のだらみ」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※「金のミルク」、大人向けグミの先駆けである「ピュレグミ」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒトツブカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しております。

2025 年 2 月、「中期経営計画 2030」を策定し、新たに「Kanro Vision 2.0」を定めました。「Kanro Vision 2.0」は、企業パーパス「Sweeten the Future 心がひとつづつ、大きくなる。」の下、ビジョン「Sweet な瞬間を創り続けることで人々と社会に笑顔を。」と 4 つのバリュー「Sweet な瞬間を創造する」「事業基盤を変革する」「未来へ紡ぐ」「創発的な組織の更なる進化」からなり、今後の当社の進む方向性を示したものです。

国内グミ事業を中心に更なる成長を実現するとともに、持続的成長のための事業領域拡大・ビジネスモデル拡張を進め、事業を通じて社会課題の解決に寄与しながら、企業価値を向上させることで、人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。

※株式会社インテージ SRI+ ミルクフレーバーキャンディ市場 2024 年 4 月～2025 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつづつ、大きくなる。～」

カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつづつ、大きくなる。～」を定めました。変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化したものです。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつづつ、大きくなる。」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。